

观点
扫描



政策有耐心，企业强信心。中小企业好，中国经济才会好。让更多中小企业成为创新“尖兵”，“千军万马齐踊跃”的生机在奔涌，“迎风战雨再出发”的信心更坚定。

成就更多科创“轻骑兵”

人形机器人也能跑马拉松？上下坡、转弯、跨越减速带……走进北京中关村(亦庄)国际机器人产业园，只见人形机器人“天工”正加紧训练，备战即将举行的半程马拉松比赛。

企业是创新的主体。大企业，底子厚、实力强，在科技创新中的角色举足轻重。中小企业，有灵气、有活力，亦能支撑大创新。“大”与“小”，有差别，但可相通。

人形机器人为何能灵活、精准地运动？关节处的减速机是“幕后英雄”。智同科技公司“十年磨一剑”，自主研发的高精密摆线减速机，打破了国外企业垄断。择“一尺宽”、掘“万米深”，无数中小企业在细分领域挖深、做透、走高，汇聚起产业创新的整体势能。由此，可以看到“由小及大”“以小博大”的道理。

“天工”仅仅是一台机器人吗？非也。大处看，它还是一些企业、科研机构的“母平台”，可借此在具身大脑等前沿领域加速探索。上游，优必选、京城机电等为研发“天工”提供资金、技术和应用场景支持；下游，奥比中光的视觉传感器、因时机器人的“灵巧手”等与“母平台”实现无缝对接。立足大平台、精研小装备，大中小企业各展所长、分工协作、融通发展。由此，可以看到“抓大育小”“以大带小”的方法。

放宽视野，从加快建设北京国际科技创新中心的实践看，科技创新既需要大企业大担当，也需要中小企业千帆竞发。目前，北京市中小企业超过200万家。如何让更多中小企业办大事？知其理、得其法，才能收其效。

精准施策，普惠中抓重点。

先看“一张网”。讲政策、送服务、供资金……北京

市中小企业公共服务平台上，企业所需信息“一网全包”。目前，该平台年均服务中小企业超100万家次。中小企业量大面广，成长的关键在优化生态。普惠帮扶，正是着眼于此。

再看“一张表”。在北京中关村创业大街专精特新服务站，“一张表”上需求清单、服务清单、解决清单一目了然。找场地、寻人才、问市场……专精特新中小企业的各类诉求得到精准解决。目前，北京已建成110家专精特新企业服务站，形成“五公里服务圈”。重点培优，突出靶向施策，有利于打造更多科创“轻骑兵”。

久久为功，耐心中育信心。

如破土之苗，中小企业潜力无限，但抗风险能力较弱。因此，政策浇灌至关重要。华瓮生物，一家从大学里走出来的公司。“小苗”如何成长？北京股权交易中心大学生创业板的“陪伴式”服务，帮助其完成从天使轮到亿元融资的转变。长大为“树”，专精特新专板再为企业拓展多元化股权融资渠道，加强上市培育。仅7年时间，一个初创公司从“无名之辈”成长为“小巨人”。

政策有耐心，企业强信心。瞄准未来信息、未来健康等产业领域，北京首批创建10家未来产业育新基地。“选种”“育苗”“成林”，助力企业沉潜创新、蓄力远行。

中小企业好，中国经济才会好。让更多中小企业成为创新“尖兵”，“千军万马齐踊跃”的生机在奔涌，“迎风战雨再出发”的信心更坚定。

李建广 来源:人民日报

警惕在线诊断心理疾患越治越病



在线“诊断”心理问题隐藏的风险，让人倍感担心。尤其要看到，在线“诊断”的背后藏着带货变现的商业套路。

“NPD有六大特征，遇到了赶紧跑”“有的孩子看着正常，其实是ADHD，快来测一测”……近期，以在线“诊断”NPD(自恋型人格障碍)、ADHD(注意缺陷多动障碍)等为标题的视频在网络上大量传播，不少人“被确诊”。据新华社记者调查发现，这些视频往往先以心理热门话题吸引关注，通过话术激起需求后，再推销课程、保健品、一对一咨询辅导等收费项目，已经形成较为完整的链条。(3月17日《新华每日电讯》)

在线“诊断”心理受到追捧，反映出时下的社会需求。随着心理健康问题日益受到关注，大众对心理科普的需求显著增长。快节奏的生活压力下，许多人希望通过便捷渠道了解自身或亲友的心理状态。然而，专业心理服务资源分布不均、线下诊疗费用较高、公众对精神疾病的认知仍存偏见，导致部分人转向网络寻求“速成答案”。

在线“诊断”心理问题隐藏的风险，让人倍感担心。心理疾病的诊断需要严格的专业评估，包括症状持续时长、社会功能影响、排除其他疾病干扰等复杂流程。短视频中碎片化的描述往往断章取义，将复杂病症简化为几个“典型行为”，极易引发误判。普通人若轻信此类内容，可能陷入过度自我怀疑或对他入妄下结论，甚至延误真正需要治疗者的干预时机。更值得警惕的是，部分内容为博流量刻意制造焦虑，将严肃医学问题娱乐化，还会进一步加深公众对心理疾病的误解。

尤其要看到，在线“诊断”的背后藏着带货变现的商业套路。一些博主打着“心理科普”的旗号，实则

商业利益铺路。视频中刻意使用“赶紧测试”“限时领取”等话术引流，再通过私聊、社群将观众导向高价课程、保健品甚至“玄学疗愈”。为规避监管，直播间用暗语替代敏感词，如“白大褂”指医生、“吃片片”指服药，模糊医疗与消费的边界。这类变现链条中，焦虑成为商品，心理问题沦为营销工具，不仅损害消费者权益，更可能让真正需要帮助的人被误导，陷入“越治越病”的恶性循环。

治理这种乱象，需要从几个方面入手。平台应强化内容审核，对夸大疗效、违规导流的账号采取限流或封禁措施，同时加大对正规医疗机构、持证心理咨询师的流量扶持。监管部门需完善网络心理服务规范，严查以“科普”之名行“带货”之实等行为，并建立快速举报和处理机制。此外，可鼓励专业机构推出通俗易懂的公益科普，通过权威声音挤压伪科学生存空间。对于屡教不改的违规主体，不妨纳入征信黑名单，提高违法成本。

社会层面则需加快构建多层次心理服务网络，在社区、学校、企业嵌入心理咨询站点，让专业帮助触手可及。医保目录可逐步纳入更多心理治疗项目，降低就医门槛。对个人而言，面对网络信息需保持清醒，要认识到，心理测评不是娱乐测试，疾病标签不能随便认领。若察觉自身或他人存在心理困扰，应优先选择医院精神科或正规心理咨询机构评估。唯有让科学诊疗成为主流，让网上“速成诊断”失去市场，才能守护好公众的心理健康防线。

秋实 来源:北京青年报